

Вишневская Е.В.,

канд. экон. наук, доцент Белгородского государственного
национального исследовательского университета

РОЛЬ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В ПРОДВИЖЕНИИ СОБЫТИЙНОГО ТУРИЗМА

Интернет сегодня используется для получения необходимой информации, чтобы планировать путешествия. Причем для поиска этой информации большинство россиян используют поисковики и мобильные устройства. Современный потребитель нуждается в новой форме подачи информации, которая была бы не только лаконичной и понятной, но и эмоционально насыщенной. В связи с этим, встает необходимость разработки программы информационного обеспечения развития событийного туризма на территории Белгородской области.

Развитие внутреннего туризма способствует развитию малого бизнеса, поскольку дает толчок для роста как отельного сегмента, так и смежных секторов – экскурсионного обслуживания, ресторанного бизнеса, производства сувениров.

Согласно предварительным данным Ростуризма, в летнем сезоне 2016 года зафиксирован 12% рост турпотока в Краснодарском крае и 25% рост в Крыму. Отметим, что помимо классического пляжного отдыха, туристы интересуются и различными экскурсионными направлениями, которых в России совсем не мало.

Росту внутреннего туризма способствуют не только внешние факторы – тенденцию подхватывают и внутри страны. Каждый регион заинтересован в большом притоке туристов, поэтому стремится не только сделать пребывание гостей наиболее комфортным, но и сделать отдых незабываемым. В связи с этим развивается инфраструктура городов.

В последнее время появляются приложения, разработанные специально для тех, кто отдыху на пляже предпочитает прогулки по историческим местам. Это удобная навигация по самым

популярным достопримечательностям, кафе, ресторанам и прогулочным маршрутам.

Приложение в мобильном устройстве – незаменимый атрибут путешественника, который рассчитывает на максимально необремененный отдых.

Мобильные приложения для туризма произвели революцию в нашей жизни и путешествиях: Приложения заменили громоздкие путеводители, карты, разговорники и предоставили новые возможности, такие как заказ такси, гостиниц, билетов, мест в ресторанах и многое другое необходимое и полезное в путешествие.

Кроме того, в различных российских регионах появляются проекты для привлечения туристов, как отечественных, так и зарубежных. Так, в Иркутске организовали трехчасовой пешеходный маршрут «Зеленая линия» по 30 самым привлекательным местам и достопримечательностям города. Подобные проекты не только развивают внутренние направления, но и являются вариантом бизнеса, который на фоне увеличения числа внутренних поездок может принести организатору быстрый доход.

Интернет сегодня в первую очередь используется для получения необходимой информации, чтобы планировать путешествия. Причем для поиска этой информации большинство россиян используют поисковики и мобильные устройства. Они делают это из-за простоты и комфорта использования смартфонов, позволяющих найти требуемую информацию в любое время. Главным же недостатком «мобилизованного» онлайн-поиска участники исследования назвали непригодность многих сайтов для просмотра на мобильных устройствах.

Исследование, проведенное Google, подтвердило стремительный рост «онлайн-туристов». Согласно результатам исследования, в текущем году более 90% туристов из России предпочитали пользоваться онлайн-поиском для выбора из различных вариантов отдыха. Причем произошло увеличение на 60% количества запросов по поводу путешествий с мобильных

устройств. Исследование компании Google говорит о высокой степени «мобилизованности» современных туристов.

Наибольшее количество запросов связано с выбором вариантов проживания, подбором транспорта и экскурсий, определением туристических направлений и поиском достопримечательностей, а также с пакетными турами и авиабилетами.

Сегодня государство заинтересовано в том, чтобы россияне проводили свой отдых внутри страны, так как это способствует не только развитию сферы внутреннего туризма, но и принесет немаловажный доход в бюджет государства.

Развитие внутреннего туризма во многом зависит от программ и мероприятий, которые направлены на развитие курортных и лечебно-профилактических зон, способствует созданию современных условий отдыха, обеспечивающих курортно-туристические организации современным оборудованием и технологиями лечения.

В 2015 году проявилась тенденция в отечественном туризме – перетекание самостоятельных путешественников по России в ряды организованных туристов. По оценкам экспертов, до последнего времени в сегменте внутреннего туризма 80% составляли «дикари», которые не пользовались услугами туристических фирм. Отметим, что туристов, самостоятельно занимающихся самостоятельной организацией путешествия по России, по-прежнему много и именно на них должны ориентироваться в первую очередь регионы при разработке туристских программ и маршрутов.

В последние годы этот вариант организации и осуществления путешествий становится все более популярным и превращается в заметное социально-экономическое явление. Тем не менее, при выработке стратегии развития бизнеса, при определении направлений государственной политики в сфере туризма и при формировании отраслевых и территориальных программ развития туризма феномен самодеятельного туризма не учитывается должным образом.

Значительный рост количества личного легкового автотранспорта является объективной основой и одновременно сильным стимулом развития одного из видов самостоятельно организуемых гражданами путешествий.

Всплеск интереса к Сочи и Крыму, к сожалению, пока практически не касается других регионов страны. Во многом виноваты некачественный сервис и слабая инфраструктура индустрии гостеприимства, но есть еще одно слабое место, устранение которого может стать позитивной тенденцией 2016 года.

Не только самостоятельные путешественники, но и профессионалы туристического бизнеса жалуются на отсутствие доступной и подробной информации о родной стране. Одной из задач должно стать изучение, систематизация, широкое распространение и популяризация сведений, связанных с путешествиями по РФ.

В связи с этим, встает необходимость разработки программы информационного обеспечения развития событийного туризма на территории Белгородской области.

В настоящее время формируется новый тип мышления – виртуальное, сформированное Интернетом. Свидетельством этому служит увеличивающаяся вовлеченность и активность людей в Интернет-пространстве. Особую роль в системе новой виртуальной реальности играет интерактивность – одно из важнейших понятий нового времени [2].

Современный потребитель нуждается в новой форме подачи информации, которая была бы не только лаконичной и понятной, но и эмоционально насыщенной.

Отметим, что активная абонентская база мобильной передачи данных растет значительно быстрее, чем на традиционных ПК: использование мобильного интернета в мире выросло на 36% за 2011-2014 гг. В 2014 году 4% интернет трафика генерировались мобильными устройствами, к 2019 году доля мобильного интернет трафика составит 15%, по данным Cisco. Самая высокая доля трафика, генерируемого с мобильных устройств, от общего интернет трафика наблюдается в Африке, а

также Азии. Это обусловлено тем, что в данных регионах мобильное устройство является более доступным пользователям, предоставляя необходимый доступ в интернет, заменяя необходимость в более дорогостоящем ноутбуке или ПК (рис. 1).

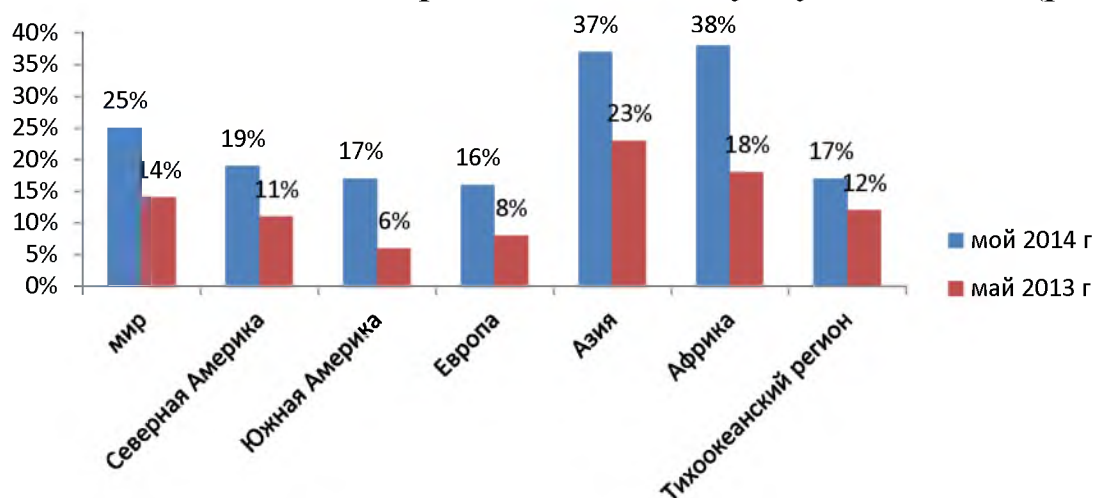


Рис. 1. Доля мобильного и общего интернет-трафика в региональном разрезе, 2013-2014 гг. [3]

По оценкам J'son & Partners Consulting, по предварительным итогам 2014 года в России насчитывается около 99 млн. абонентов мобильной передачи данных, проникновение мобильного интернета достигло 70%.

Отметим, что в перспективе аналитики говорят о снижении стоимости мобильного интернета в России. Низкая стоимость трафика «открывает» мобильный интернет для любого пользователя смартфона или планшетного ПК. Стоимость одного мегабайта трафика в базовых тарифных планах российских операторов ниже, чем у операторов США и Европы.

Также ожидается появление новых приложений для устройств доступа к мобильному интернету и рост популярности геолокационных сервисов.

В этой связи современная форма контента приобретает качественно новое значение. Качественный и хорошо воспринимаемый аудиторией контент — основа любого туристского информационного ресурса. В особенности если принимать во внимание тот факт, что туристский продукт неосязаем и воспринимается потребителями на этапе его

продвижения как совокупность информации о туристском объекте. Под контентом обычно понимают наполнение электронного ресурса (сайта). Контент сайта соотносится с его дизайном как содержание с формой и обычно представляет собой текст, картинки и музыку. Туристский контент – это обычно содержание туристских электронных ресурсов: сайтов туристских администраций, туристских компаний, туристских порталов, сайтов музеев, гостиниц, выставочных центров и других предприятий и организаций, составляющих различные сектора туризма и гостеприимства [4].

Современного путешественника уже не устраивает роль пассивного потребителя информации он сам активный участник процесса формирования информационного ресурса. Его советы, комментарии, фото и видеосюжеты, схемы туристских маршрутов, рассказы и наблюдения становятся живой основой формирования интересного контента, формирующегося по принципу интерактивности, то есть включенности в событие. Туристский ресурс или его часть формируется снизу самими пользователями для собственных нужд с учетом особенностей восприятия информации целевыми группами. Таким образом, реализуется стремление к самореализации. Отметим, что среди главных ориентиров можно выделить два: достоверность и доступность [1].

Некоторые музеи г. Белгорода активно внедряют новые информационные технологии в свою практику. Так Белгородский государственный историко-художественный музей-диорама «Курская битва. Белгородское направление» на своем сайте представляет виртуальный тур по музею и виртуальные выставки. Белгородский литературный музей первый в регионе начал предоставлять аудиоэкскурсии с помощью мобильного приложения. Нововведение предназначено для смартфонов и планшетных компьютеров, работающих на операционных системах iOS и Android.

На туристическом портале г. Белгорода представлены несколько виртуальных туров по известным местам города Белгорода и Белгородской области, но к сожалению практически

на всех кроме видеоряда ничего, отсутствуют текстовые материалы поясняющие и раскрывающие представленное на фото, и аудиозапись.

В июле 2014 года на 32 исторических объектах в центре Белгорода появились специальные таблички и QR-коды, которые позволяют туристам и горожанам получить больше информации об истории памятников. Для этого достаточно воспользоваться приложением для считывания QR-кодов или позвонить по телефону и набрать код объекта.

В App Store и Google Play появилось мобильное приложение «Мой Белгород». Оно поможет узнать много полезной информации об областном центре – актуальные новости, время работы кафе и ресторанов, номера такси, экстренных служб, салонов красоты и служб доставки еды. Приложение познакомит с актуальной афишей событий, акциями и развлечениями. Здесь есть даже возможность записаться на прием к врачу. «Мой Белгород» – это часть российского проекта «Мой город», в который входят 130 городов.

Таким образом, можно отметить, что наблюдается отставание в создании востребованных информационных туристических ресурсов, которые бесспорно способствовали развитию туризма как среди жителей города Белгород и белгородской области, так и среди приезжающих к нам из других регионов Российской Федерации.

Необходимо создать мобильное приложение по городу Белгороду, в котором будет содержаться актуальная информация в первую очередь о туристических объектах города и Белгородской области, режиме их работы, способах добраться до них на различных видах транспорта. Мобильное приложение должно быть бесплатным, и иметь возможность оставлять отзывы для туристов, ставить оценки и т.д. Гости города могут узнавать о данном информационном ресурсе в аэропорту, на железнодорожном и автовокзале, на автотрассах на въезде в город.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Борисов, Е.А. Трехмерная визуализация туристических объектов и маршрутов как элемент информационного обеспечения деятельности турагентств [Текст] / Е.А. Борисов // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал). – 2013. – № 12. – С. 302-305.

2. Джанджугазова, Е.А. Продвижение туристских продуктов и территорий в глобальном информационном пространстве [Электронный ресурс] / Е.А. Джанджугазова // «Российские регионы: взгляд в будущее», 2016. – №1 (том 3). Режим доступа: http://futureruss.ru/new_economics/knowledge_economics/prodvizheni-yu-turistskix-produktov-i-territorij-v-globalnom-informacionnom-prostranstve.html

3. Развитие мобильного доступа в интернет в России и мире: предварительные итоги 2014 года URL: http://json.tv/ict_telecom_analytics_view/razvitie-mobilnogo-dostupa-v-internet-v-rossii-i-mire-predvaritelnye-itogi-2014-goda-20150317043818 (дата обращения: 02.04.2016).

4. Шевченко, Р. Визуализация туристической информации в картографической среде геоинформационных систем [Текст] / Р. Шевченко// Геодезия и картография. – 2013. – №8. – С. 23-33.